



## Twitter muss Federn lassen

### Nachrichtenverbreitung in den Social Media: TU Darmstadt zieht Bilanz für 2013

**Darmstadt, 27.1.2014. Worüber spricht das Web? Welche Themen werden am häufigsten geteilt? Und über welche Plattformen? Das untersuchen Forscher der TU Darmstadt. Spiegel online war im Jahr 2013 die wichtigste Quelle für Nachrichten; Facebook der beliebteste Weg, sie zu teilen. Dagegen büßte Twitter Marktanteile ein.**

Die Professoren Oliver Hinz (Wirtschaftswissenschaft) und Thorsten Strufe (Informatik) von der Technischen Universität Darmstadt erfassen in ihrer Studie „Development of the Social Network Usage in Germany since 2012“ die 15 beliebtesten deutschen Nachrichten-Webseiten und untersuchen, wie oft Artikel daraus in den führenden Social-Media-Diensten Facebook, Twitter und Google Plus von den Nutzern geteilt wurden.

Im Jahr 2013 erfassten die Forscher insgesamt mehr als 464.000 Artikel der 15 beliebtesten Seiten. Fast 40 Millionen Mal teilten Nutzer Nachrichten (2012: 26,7 Millionen) – mit fast 85 Prozent zum größten Teil über Facebook (2012: 79,8 Prozent). Auf Platz zwei liegt derzeit Twitter. 12,4 Prozent der Empfehlungen wurden 2013 über den Kurznachrichtendienst abgegeben. Allerdings lässt die Beliebtheit von Twitter beim Teilen von Nachrichten deutlich nach – 2012 hatte der Anteil an den Empfehlungen noch bei 18,7 Prozent gelegen. Google Plus konnte mit 2,8 Prozent der geteilten Artikel seine Reichweite gegenüber 2012 (1,5 Prozent) fast verdoppeln. „Google Plus gewinnt vor allem bei technischen Themen an Boden und hat zum Beispiel auf heise.de einen Marktanteil von 16 Prozent erreicht“, so Oliver Hinz. Heise.de ist mit rund 920.000 Empfehlungen unter den untersuchten Quellen führend im Ressort Technik.

Stark gestiegen ist auch die durchschnittliche Zahl der Facebook-Empfehlungen pro Artikel: 72,3 „Likes“ (2012: 35,5). Weniger deutlich fallen die Zuwächse bei Twitter aus: 10,7 „Tweets“ (2012: 8,8) bekamen Nachrichtenartikel hier im Durchschnitt und 2,4 „One ups“ über Google Plus (2012: 0,7). „Wie wir erwartet hatten, ist Google Plus mit seiner Funktionalität und in der Zielgruppe für Twitter eine starke Konkurrenz geworden“, so Thorsten Strufe.

Mehr als 10 Millionen Mal empfahlen Nutzer Artikel von Spiegel Online weiter. Das Angebot dominiert damit weiterhin den deutschen Nachrichtenmarkt in den Sozialen Netzen. Das Angebot Zeit.de hat sich

Kommunikation und Medien  
Corporate Communications

Karolinenplatz 5  
64289 Darmstadt

Ihre Ansprechpartnerin:  
Silke Paradowski  
Tel. 06151 16 - 32 29  
Fax 06151 16 - 41 28  
[paradowski.si@pvw.tu-darmstadt.de](mailto:paradowski.si@pvw.tu-darmstadt.de)

[www.tu-darmstadt.de/presse](http://www.tu-darmstadt.de/presse)  
[presse@tu-darmstadt.de](mailto:presse@tu-darmstadt.de)



gegenüber 2012 als Nachrichtenquelle mit mehr als 4 Millionen geteilten Artikeln von Platz 8 auf Platz 3 hochbewegt. Bild.de liegt zwar immer noch auf Platz zwei, hat aber als einziges untersuchtes Medium mit seinen Beiträgen weniger Empfehlungen in den Social Media eingefahren als noch im Vorjahr. „Ein Grund könnte darin liegen, dass Bild.de ein neues Geschäftsmodell eingeführt hat und nun Geld für den Zugriff auf bestimmte Inhalte verlangt“, sagt Oliver Hinz.

Die Datensammlung begann Anfang 2012, und den Forschern an der TU geht es vor allem darum, verlässliche Zahlen für die Nutzung der sozialen Netzwerke zu gewinnen. Die reinen Nutzer-Statistiken seien wenig aussagekräftig, da viele User beispielsweise mehrere Accounts anlegten. Die wirkliche Nutzungs-Aktivität, die sich zum Beispiel am Teilen von Nachrichtenartikeln festmachen lasse, sei dagegen verlässlicher, so Oliver Hinz.

Bei den meistgeteilten Artikeln finden sich in den drei untersuchten Netzwerken nach wie vor viele Sport-Beiträge, wie etwa der Transfer von Mario Götze zum FC Bayern oder der Ski-Unfall von Michael Schumacher. Doch die Wissenschaftler erkennen auch Unterschiede beim Nutzungsprofil der Seiten. „Über Twitter werden eher politische Diskussionen geteilt, während Google-Plus-Nutzer sich auf technische Themen konzentrieren“, erläutert Thorsten Strufe.

Der mit Abstand populärste Artikel des Jahres 2013 entstammt allerdings dann doch dem Ressort „Vermischtes“: Der Zeit.de-Beitrag „Kreuzberg beschließt Deutschlands ersten Marihuana-Laden“ legte mit 162.664 Empfehlungen eine wahre Social-Media-Karriere hin.

### Einzelergebnisse:

#### Gesamtergebnis (Top10) für 2013 (in Klammern die Platzierung im Gesamtjahr 2012)

Rang	Webseite	Wie oft geteilt?
1 (1)	Spiegel Online	10.069.041
2 (2)	Bild.de	6.348.766
3 (8)	Zeit.de	4.021.438
4 (3)	Welt.de	3.493.029
5 (4)	Focus Online	3.115.518
6 (9)	Stern.de	2.194.243



7 (5)	Faz.net	2.134.868
8 (6)	Sueddeutsche.de	1.785.050
9 (7)	n-tv.de	1.481.431
10 (10)	Handelsblatt.com	1.133.391

### Die meistgeteilten Artikel ...

#### ... in Facebook

Rang	Quelle	Website	Wie oft geteilt?
1	Zeit.de	Kreuzberg beschließt Deutschlands ersten Marihuana-Laden	162.664
2	Stern.de	Fotoprojekt von Witwer und Tochter: So wie einst mit Mama	76.880
3	Bild Online	Transfer-Hammer! Götze zu Bayern	68.801
4	Spiegel Online	Diese Mercedes-Werbung gefällt Mercedes nicht	66.556
5	Bild Online	Hündin Shila: Ertränkt, weil sie nicht stubenrein war	62.129

#### ... in Twitter

Rang	Quelle	Website	Wie oft geteilt?
1	Bild Online	Transfer-Hammer! – Götze zu Bayern	1.603
2	FAZ.net	Die Demokratie verteidigen im digitalen Zeitalter: Der Aufruf der Schriftsteller	1.473
3	Heise Online	Vorsicht beim Skypen - Microsoft liest mit	1.409
4	Spiegel Online	S.P.O.N. - Die Mensch-Maschine: Mein Weg zum Ekel	1.333
5	Spiegel Online	Kanzler-Handy im US-Visier? Merkel beschwert sich bei Obama	1.216

#### ... in Google Plus

Rang	Quelle	Website	Wie oft geteilt?
1	Chip.de	DSL-Drosselung: Alle Fragen und Antworten	1.967
2	Heise.de	Vorsicht beim Skypen – Microsoft liest mit	1.943
3	Bild Online	Franzosen berichten - Schwerer Ski-Unfall von Schumi	1.878



4	Sueddeutsche.de	Zu Besuch beim Bodypainter - Mandala aus Nackten	1.170
5	Heise Online	CDU und CSU wollen Internet im NSA-Stil überwachen	1.055

**Pressekontakt:**

Prof. Dr. Oliver Hinz  
Fachbereich Rechts- und Wirtschaftswissenschaften  
Fachgebiet Electronic Markets  
Tel. 06151/16-75220  
E-Mail [hinz@wi.tu-darmstadt.de](mailto:hinz@wi.tu-darmstadt.de)

**Hinweis an die Redaktionen:**

Die Studie ist unter <http://www.emarkets.tu-darmstadt.de/forschung/social-network-usage-in-germany-study/>

im Internet einsehbar.

Bildmaterial zur Pressemitteilung können Sie im Internet unter [www.tu-darmstadt.de/pressebilder](http://www.tu-darmstadt.de/pressebilder) herunterladen.

MI-Nr. 06/2014, sip